

JORDÂNIA TATIANE

**ÉTICA: diferencial estratégico para inserção do Profissional Administrador no mercado de
Trabalho**

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
Centro de Ciências Sociais Aplicada
Departamento de Administração
Curso de Administração

João Pessoa/PB
2016

JORDÂNIA TATIANE

ÉTICA: diferencial estratégico para inserção do Profissional Administrador no mercado de Trabalho

Documento Monográfico apresentado à Coordenação do Curso de Graduação em Administração da Universidade Federal da Paraíba – DA/CCSA/UFPB, em atendimento as exigências para a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientador: César Emanuel Barbosa de Lima, Prof. Dr.

João Pessoa/PB
2016

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

T266e Teixeira, Jordânia Tatiane Evaristo.

Ética: diferencial estrangeiro para inserção do profissional administrador no mercado de trabalho / Jordânia Tatiane Evaristo Teixeira. – João Pessoa, 2016.

48f.: il.

Orientador: Prof. Dr. César Emanuel Barbosa de Lima.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – UFPB/CCSA.

1. Ética empresarial. 2. Marketing. 3. Administração estratégica.
I. Título.

UFPB/CCSA/BS

CDU: 658(043.2)

JORDÂNIA TATIANE

**ÉTICA: diferencial estratégico para inserção do Profissional Administrador no mercado de
Trabalho**

Projeto de pesquisa julgado e aprovado em ____/____/____

César Emanuel Barbosa de Lima, Prof. Dr.
Orientador

Geraldo Magela de Andrade. Prof. Msc.
Examinador

João Pessoa/PB
2016

A meu esposo, Carlos Jean, que sempre influenciou para que eu prosseguisse. Ao meu filho, Antony Gabriel, que é minha razão de viver. A minha irmã, Ilka Tatiana, e a minha mãe, Iolanda Evaristo, que são meus exemplos de vida.

Dedico!

AGRADECIMENTO

- Primeiramente a Deus, pela oportunidade de viver para conquistar mais esta vitória;
- A minha família, que nunca desistiu de mim;
- Ao orientador, Prof. César Emanuel Barbosa de Lima, pelos ensinamentos e colaboração para que esse trabalho fosse elaborado;
- Aos professores pela paciência e dedicação na transmissão do conhecimento;
- A todos os funcionários que direta ou indiretamente contribuíram para a realização deste trabalho.

Muito Obrigada!

“Administrar é a arte de aplicar as leis sem lesar interesses!”
Honoré de Balzac

Evaristo Teixeira, Jordânia Tatiane. **ÉTICA: diferencial estratégico para inserção do Profissional Administrador no mercado de Trabalho**. 46 p. Monografia (Bacharel em Administração de Empresas). João Pessoa/PB - Campus I da UFPB, 2016.

RESUMO

As contingências, no mercado de trabalho vêm desenvolvendo preocupações para a inserção no mesmo. As organizações implantam práticas éticas efetivas, mostrando-se mais capacitadas para competir com o sucesso e garantir a satisfação de colaboradores e alcançar resultados compensadores no negócio. Assim, o objetivo da pesquisa foi demonstrar o diferencial estratégico que o “agir eticamente” traz para o profissional Administrador. Para execução da pesquisa, fez-se um estudo de caso na empresa Drogatim Drogarias, onde foram aplicados 10 questionários, contendo 10 questões cada, direcionados apenas aos gerentes, com a finalidade de destacar a ética como diferencial estratégico para inserção do profissional Administrador no mercado de trabalho. Desta forma, concluiu-se que, profissionais que não demonstrem ética em suas atitudes podem alcançar o sucesso apenas momentaneamente pois, ao longo do tempo irão perdendo a oportunidade de permanência ou uma recolocação futura, no ambiente profissional.

Palavras-chave: Ética Empresarial. Marketing. Administração Estratégica.

Evaristo Teixeira, Jordânia Tatiane. **ETHICS: strategic advantage for insertion of the Professional Administrator at Work market.** 46 p. Monography (Bachelor in Business Companies Administration). João Pessoa/PB - Campus I of UFPB, 2016.

ABSTRACT

The contingencies in the labor market have been developing concerns for insertion in the market. Organizations deploy effective ethical practices, being more able to compete with the success and ensure the satisfaction of employees and achieve rewarding results in the business. The objective of the research was to demonstrate the strategic advantage that the "act ethically" brings to the Administrator professional. To conduct the research, there was a case study in Drogatim Drugstores company, where 10 questionnaires were applied, containing 10 questions each, targeted only to managers, in order to highlight ethics as a strategic differentiator for insertion Administrator professional market work. Thus, it was concluded that professionals who demonstrate unethical in their attitudes can achieve success only momentarily because, over time will lose the permanence of opportunity or a future replacement in the professional environment.

Key words: Business Ethics. Marketing. Strategic administration

LISTA DE SIGLAS

OECD-Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico.....	21
IBCG-Instituto Brasileiro de Governança Corporativa.....	36
CLT-Consolidação das Leis do Trabalho.....	40

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 - FAIXA ETÁRIA	32
GRÁFICO 2 – NÍVEL DE ESCOLARIDADE	33
GRÁFICO 3 - TEMPO DE EMPRESA	34
GRÁFICO 4 – TEMPO DE FUNÇÃO NA EMPRESA	35
GRÁFICO 5 – DEFINIÇÃO DE ÉTICA PROFISSIONAL	36
GRÁFICO 6 - VALORES ÉTICOS	37
GRÁFICO 7 – INFLUÊNCIA ÉTICA NA EMPRESA	38
GRÁFICO 8 – PRESENÇA DE PRATICAS ÉTICAS NA EMPRESA	39
GRÁFICO 9 – DENUNCIA DE PRÁTICAS ÉTICAS	40

SUMÁRIO

Capítulo I – INTRODUÇÃO A TEMÁTICA PROPOSTA	14
1 INTRODUÇÃO	14
1.1 Problemática	14
1.2 Objetivos	15
1.2.1 Objetivo Geral	15
1.2.2 Objetivos Específicos	15
1.3 Justificativa	16
1.4 Conclusão do Capítulo	16
Capítulo II - Fundamentação teórica	17
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	17
2.1 Administração e o profissional administrador	17
2.2 Gênese da discussão da Ética	18
2.3 Ética e moral: formação de caráter	19
2.4 Ética profissional	20
2.5 Governança Corporativa	21
2.5.1 Governança como diferencial estratégico	22
2.5.2 Ética e governança corporativa	23
2.6 Contribuições esperadas da Ética	24
2.6.1 Para o indivíduo	24
2.6.2 Para a organização	25
2.6.3 Para a sociedade	26
2.7 Conclusão do Capítulo	26
Capítulo III - Procedimentos metodológicos da pesquisa	28
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	28
3.1 Quanto aos meios e os fins	28
3.2 Variáveis de investigação	29
3.3 Estratégias e instrumentos de coleta de dados	29
3.4 Tratamento de dados	30
3.5 Conclusão do capítulo	30

Capítulo IV - Resultados da investigação	31
4 APRESENTAÇÕES DOS DADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	31
4.1 Caracterização do ambiente da pesquisa	31
4.2 Apresentação do dados e dos resultados	31
Capítulo V - Conclusões da pesquisa e recomendações para trabalho futuros	42
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	42
5.1 Conclusões	42
5.2 Sugestões e recomendações.....	43
REFERÊNCIAS	44

Capítulo I - Introdução à temática proposta

“O que não provoca minha morte faz com que eu fique mais forte”.
Friedrich Nietzsche

1 INTRODUÇÃO

A sociedade busca, cada vez mais, uma resposta transparente para todas as atitudes tomadas por grandes empresas, a ética é essencial para toda sociedade, para ter o controle de comportamento e para manter os valores humanos. Definir o que é certo e o que errado, seguir regras, agir de forma correta e responsável, é sim uma forma de ser ético, assim, para um sucesso progressivo, o desafio maior das empresas é ter uma ética interna que oriente suas decisões e transpareça as relações entre colaboradores com um comportamento ético reconhecido pela organização. A criação de uma cultura ética nas empresas não é algo com que a maioria dos administradores tenha experiência, segundo Aguiar (1996, p.37) “uma perda operacional de dez milhões de dólares é compensada por um ganho de dez milhões (...) o registro das falhas éticas tende a ser escrito com tinta indelével”.

Segundo o portal Consciência política: a ação humana é fruto de uma escolha entre o que é bom e o que é mal, o indivíduo procura se basear em parâmetros socialmente aceitos que lhe permite conviver com as outras pessoas, em outras palavras, ele busca sempre se guiar pelos conceitos que norteiam a prática dos valores positivos e das qualidades humanas. A ética não somente serve de base para as relações humanas, mas, trata também das relações sociais dos homens na medida em que os filósofos consideram a ética como base da justiça ou do direito, e até mesmo das leis que regulam a convivência entre todos que vivem na sociedade. Os grandes pensadores da ética buscaram uma universalização dos princípios éticos. No entanto, a grande diversidade de costumes e culturas, torna difícil essa universalidade, o agir com ética significa agir com determinadas regras e preceitos, porém, muitas empresas divulgam regras, e código de ética e não as praticam no seu dia-a-dia. Agindo assim, de maneiras antiéticas, desonestas e injustas.

Considerando que o Curso de Administração é o primeiro no ranking dos dez cursos com mais alunos no Brasil, visto que no Censo da Educação Superior de 2010, divulgado pelo Ministério da Educação (MEC) em 2011, existiam no país cerca de 705 mil futuros administradores, afirma-se que

concorrido é esse mercado. “Mas o crescimento da economia e a necessidade de melhoria nos processos produtivos nas empresas mantêm em alta a demanda por esse profissional”, afirma Pinho (2013), professor da Universidade Federal de Itajubá, ouvido pelo Guia do Estudante.

Neste trabalho analisou-se, em princípio, as práticas éticas fundamentadas através da Governança Corporativa, adotadas pelo Instituto Brasileiro de Governança Corporativa, para se propor que aliadas a outros princípios das organizações, os valores éticos permitirão aos administradores atingir o seu objetivo estratégico, deixando um legado de imagem sólida no mercado.

1.1 Problemática

Os valores éticos nas organizações não deveriam ser vistos como um conjunto de regras que podem contribuir para o resultado econômico da empresa, mas como algo que representa um valor em si, independentemente do resultado econômico da empresa. Para Jacomino (2000), a importância da ética nas empresas cresceu a partir da década de 1980, com a redução das hierarquias e a consequente autonomia dada às pessoas. Afirma Consuelo (2011):

“Os chefes, verdadeiros xerifes até então, já não tinham tanto poder para controlar a atitude de todos, dizer o que era certo ou errado. A disputa por cargos cresceu e, com ela, o desejo de se sobressair a qualquer custo. Assim, nos últimos anos, as empresas viraram um campo fértil para a desonestidade, a omissão, a má conduta e a mentira. A maioria das pessoas age com honestidade porque querem dormir com a consciência tranquila - ou, então, porque tem medo das consequências, que podem resultar em atos ilegais ou contrários à ética.”

Uma pesquisa realizada pela revista EXAME na internet, no ano de 2000, respondida por um número de 747 internautas, indica que ainda há um bom caminho pela frente a ser percorrido pelas empresas, levando-as a um comportamento ético. Com a pergunta: “Como é a ética no seu trabalho?” A resposta indica que os leitores desconfiam da alta direção da empresa em relação a comportamento. Apenas 28,7% consideram a direção bastante ou extremamente ética. Embora menos de 10% dos leitores tenham dito que nunca observaram nenhum ato antiético no trabalho, a grande maioria 73% jamais fez denúncia. Os principais motivos: a empresa não tem mecanismos de alerta 38,6% disseram isso; falta de provas 34,3%; medo de represálias do chefe 26,7% e receio de ficar mal visto entre os colegas 21,2%. Ainda, como conclusão, afirmou-se que uma política interna mal definida por um funcionário de qualquer nível pode atingir dois dos maiores patrimônios de uma empresa: a marca e a imagem.

Conforme cita Chiavenato (2009), a qualificação profissional envolve três etapas distintas: i) formação profissional: com foco no preparo do homem para uma profissão, com objetivos amplos e mediatos, podendo acontecer em uma escola ou dentro da própria empresa; ii) desenvolvimento profissional: com foco na ampliação do crescimento profissional, desenvolvendo e aperfeiçoando a pessoa em determinada carreira, com objetivos a longo prazo, transcendendo o nível de conhecimento exigido pelo cargo atual; e iii) treinamento: com foco na adaptação da pessoa para executar uma função específica, com objetivos restritos e imediatos, preparando o profissional adequadamente para o exercício de um cargo. Isso Posto, torna-se imperativa a seguinte arguição-problema: **o conhecimento da Ética pode influenciar a inserção do Profissional Administrador no mercado de Trabalho?**

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

- Descrever os princípios éticos como possível ferramenta estratégica para inserção/recolocação no mercado de trabalho.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Apresentar os princípios estratégicos da ética profissional e sua importância para a inserção do profissional Administrador no Mercado de Trabalho;
- Mostrar a ação moral como indutor de estabilidade, colocação e recolocação no mercado de trabalho;
- Expor, de fato, os resultados do conhecimento e habilidades da ética para inserção e recolocação do profissional Administrador no mercado de trabalho.

1.3 justificativa

O ambiente profissional vem sofrendo várias mudanças constantemente ao longo dos tempos. Com a invasão da tecnologia e da globalização a sociedade passou a exigir outro tipo de comportamento no mundo corporativo. A ética e o diferencial estratégico no mercado de trabalho tornaram-se essenciais para sua competitividade. Organizações que dirigem seus negócios baseados em valores éticos conquistam perante o mercado uma reputação íntegra e comprometida, conquistando a confiança de clientes e colaboradores assegurando a continuidade da empresa. Com isso, o mercado segue as exigências da sociedade, buscando profissionais que se identificam com esse novo tipo de organização.

O mercado exige dos profissionais a incorporação de condutas éticas no gerenciamento dos seus negócios, sabendo que para ter sucesso é necessário que o gestor seja mostrado como exemplo de integridade por clientes, fornecedores e acionistas, afinal a sociedade moderna não tolera posturas antiéticas ou comportamentos irregulares nas relações comerciais.

Por ser um assunto bem discutido no meio organizacional, escolheu-se esse tema devido ao fato da preocupação ampla em relação a ética como diferencial estratégico para inserção do Profissional Administrador no mercado de Trabalho, porém muito pouco discutido no âmbito acadêmico.

Objetivando-se expor, de fato, os resultados do conhecimento e habilidades da ética para inserção e recolocação do profissional Administrador no mercado de trabalho, através de uma pesquisa elaborada para recém graduados que buscam essa volta ao campo profissional.

1.4 Conclusão do Capítulo

Espera-se que ao final dessa pesquisa, com dados coletados, apurados e trabalhados, a partir do delineamento proposto no Capítulo I com problematização, objetivos e justificativa; Capítulo II, Fundamentação Teórica, bem como a efetivação da Capítulo III, Metodologia; esclarecer aos novos administradores a verdadeira importância da ética na condução de organizações e sua importância para a formação de uma imagem de qualidade para inserção no mercado de trabalho.

Capítulo II – Fundamentação Teórica

“O A liberdade é a possibilidade do isolamento. Se te é impossível viver só, nasceste escravo.
Fernando Pessoa

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Será apresentado nesse capítulo todo o material bibliográfico relacionado ao diferencial estratégico para inserção do Profissional Administrador no mercado de Trabalho, relacionando os princípios e valores éticos, o instituto de Governança Corporativa e as exigências atualmente elaboradas para recolocação no meio organizacional, onde busca-se o entendimento e a análise da ética como ferramenta de investimento para empresas.

2.1 Administração e o Profissional Administrador

De acordo com Chiavenato (2003), a palavra Administração é oriunda do Latim onde “*ad*” denota direção/tendência para; e “*minister*” significa subordinação/obediência. Assim, com referência ao autor através de sua visão pós-moderna, administrar significa “criar condições ideais de solidariedade para que as pessoas possam se ajudar mutuamente e gerar valor e riqueza de modo eficiente e eficaz”.

Segundo Maximiano (2004), para entender o que significa Administração, é preciso ir além da interpretação da palavra. É preciso compreender o papel que a administração desempenha para as organizações e para a sociedade.

Ainda, para o mesmo autor, Administração é o processo de tomar e colocar em prática decisões sobre objetivos e utilização de recursos. O processo administrativo abrange quatro tipos principais de decisões, também chamados de processos ou funções: planejamento, organização, execução e controle, as decisões resumem os Princípios de Administração.

Na atualidade, a Administração se releva como campo repleto de complexidades e desafios, onde cabe ao administrador estabelecer metas cruciais ao sucesso do negócio. No desempenho das

suas atividades, o administrador define estratégias, efetua diagnósticos de situações, dimensiona recursos, planeja sua aplicação, resolve problemas, gera inovação e competitividade (CHIAVENATO, 2003).

Para adquirir um bom desempenho profissional, o administrador necessita ter três tipos de habilidades, que segundo o criador dessa tipologia, Katz (1955 *apud* CHIAVENATO, 2003), são de natureza: técnica, humana e conceitual.

- **Habilidade Técnica** – é a maneira pela qual se compreende e domina determinado tipo de atividade. Envolve conhecimento com o fazer prático, com objetos físicos e concretos; consiste em saber utilizar métodos e equipamentos necessários para realização de tarefas específicas.
- **Habilidade Humana** – é a capacidade e aptidão de trabalhar com pessoas para obter resultados eficazes por meio delas, refere-se à facilidade de relacionamento interpessoal e grupal. Envolve a 13 capacidade de se comunicar, motivar, coordenar, liderar e resolver conflitos. Está relacionada à interação com pessoas e por meio delas. Implica possuir facilidade para o desenvolvimento da cooperação dentro da equipe e o encorajamento da participação dos mesmos.
- **Habilidade Conceitual**: é a habilidade que requer maior conhecimento, pois exige visualização do conjunto organizacional com suas partes integradas, formando um conjunto harmonioso. Implica a facilidade em trabalhar com ideias e conceitos, teorias e abstrações. As habilidades conceituais estão relacionadas com o pensar, com o raciocinar, com o diagnóstico das situações e com a formulação de alternativas de solução de problemas.

Com isso, sabe-se que habilidades podem ser adquiridas ao longo do tempo, umas pessoas nascem e desenvolvem habilidades próprias e outras adquirem de acordo com a motivação e necessidade que passarão a ter ao longo de sua carreira.

2.2 Gênese da discussão da Ética

Basicamente, pelo menos que se tenha conhecimento registrado, a história da ética teve sua origem através dos estudos de Sócrates, Platão e Aristóteles, que se preocuparam em refletir sobre as ideias do bem e da virtude ética. Segundo Pestana(2012) “a ética nasceu na Grécia, praticamente junto com a filosofia, embora seus preceitos fossem praticados entre outros povos desde os

primórdios da humanidade, mesclados ao contexto mítico e religioso, tentando pautar regras de comportamento para permitir o convívio entre indivíduos agrupados no conjunto da sociedade “.

De acordo com Vázquez (2008, p.270) “resumindo, para Sócrates, bondade, conhecimento e felicidade se entrelaçam estreitamente”. Para ele, a ética é a felicidade, mas para alguém ser feliz é necessário ser bom e para ser bom é preciso ser sábio.

Já para Platão, a alma é o princípio que anima o homem e se divide em três partes, que são as virtudes de cada parte da alma: a razão que deve aspirar a sabedoria; a vontade que deve que deve aspirar a coragem e o apetite ou desejos que devem ser controlados para atingir a temperança. As virtudes são determinadas pela natureza da alma. Na verdade, ele propunha uma ética das virtudes, que seriam função da alma (NALINI, 2008).

Do livro do grande tratado de filosofia moral, a *Ética a Nicômaco*, de Aristóteles, testemunha a gênese da *Ética* como branca autônoma da filosofia. Isto acontece, com Aristóteles, quando a reflexão moral se separa da especulação teórica (em Platão intimamente conexas), e assume as características de ter um próprio objeto específico e um próprio método de indagação. Aristóteles diz que o objeto da filosofia política (o novo nome da filosofia prática) é o bem supremo do homem, seu fim último. Não é somente o bem de cada indivíduo, mas de toda a Polis. A ciência da Polis, por ocupar-se do fim último, é a ciência arquitetônica, que desempenha uma função diretiva nas relações entre todas as outras artes ou ciências práticas.

A *Ética* como ramo da Filosofia surgiu com os grandes filósofos da antiga Grécia, a partir das reflexões de Sócrates, Platão e Aristóteles, prosseguindo e se modificando com os Romanos e no decorrer de toda a história do conhecimento humano (JAPIASSU; MARCONDES, 1996).

2.3 Ética e Moral: formação de caráter

Como explicado anteriormente ética, existente há muitos séculos, significa resumidamente modo de ser, já a moral tem sua origem no latim, que vem de “mores”, significando costumes. Esta confusão pode ser resolvida com o esclarecimento dos dois temas, sendo que Moral é um conjunto de normas que regulam o comportamento do homem em sociedade, e estas normas são adquiridas pela educação, pela tradição e pelo cotidiano. Durkheim (2006) explicava Moral como a “ciência dos costumes”, sendo algo anterior a própria sociedade, a Moral tem caráter obrigatório.

Já a palavra Ética, Motta (1984) definiu como um “conjunto de valores que orientam o comportamento do homem em relação aos outros homens na sociedade em que vive, garantindo, outrossim, o bem-estar social”, ou seja, Ética é a forma que o homem deve se comportar no seu meio social. Para Aristóteles o início da formação do caráter é a infância. “Não é indiferente ter sido, desde a infância, habituado a ser assim ou de outro modo; antes, é da maior importância, ou melhor, é tudo”.

Segundo Nash (1990, p.3) “apesar de que a atividade de ganhar dinheiro sempre teve uma aliança meio desconfortável com o senso particular de moralidade das pessoas”.

A ética e a moral historicamente são constituídas pelo processo de mudança entre as sociedades e as épocas. “[...] as doutrinas éticas fundamentais nascem e se desenvolvem em diferentes épocas e sociedades como respostas aos problemas básicos apresentados pelas relações entre os homens, e, em particular pelo seu comportamento moral efetivo” (VÁZQUEZ, 2008, p.267).

Segundo Lisboa (2009, p.24), “A moral, como sinônimo de ética, pode ser conceituada como o conjunto das normas que, em determinado meio, granjeiam a aprovação para o comportamento dos homens”. Assim, ainda seguindo o pensamento do autor, podemos dizer que “A ética, como expressão única do pensamento correto, conduz a ideia da universalidade moral”.

2.4 Ética Profissional

A ética profissional é considerada como a forma em que as atitudes e valores positivos sejam moralmente aplicados no ambiente de trabalho, sendo de tal importância tanto para as relações de trabalho entre colaboradores como para as atividades por eles exercidas. “A empresa não é apenas aquela que busca o lucro, mas a que também oferece um ambiente moralmente gratificante, em que as pessoas boas podem desenvolver seus conhecimentos especializados e também suas virtudes” (ARRUDA, 2001, p.57).

O profissional ético pode alcançar em sua empresa um maior nível de produção, colaborando com um ambiente de trabalho mais harmonioso, respeitoso e agradável, possibilitando um aumento no índice de confiabilidade entre os funcionários. Segundo Moreira (2002, p.31), “Os procedimentos éticos facilitam e solidificam os laços de parceria empresarial, quer com clientes, quer com fornecedores, quer, ainda, com sócios efetivos ou potenciais”. Atualmente, é possível considerar

que a ética profissional assume um papel importante para a imagem da empresa, pois mantém seus colaboradores mais satisfeitos e fortalece a relação entre clientes, fornecedores e todos que a envolvem diante da sociedade.

2.5 Governança Corporativa

Governança Corporativa é uma tradução da expressão inglesa “corporate governance”, que significa sistema pelo qual os acionistas administram a sua empresa. Andrade e Rossetti (2004, p.25) sintetizam o conceito de governança corporativa como um conjunto de valores, princípios, propósitos, papéis, regras e processos que rege o sistema de poder e os mecanismos de gestão das empresas.

A velocidade com que acontecem as mudanças de caráter tecnológico, nos mais diferentes setores da economia, e a importância da informação e do conhecimento nos dias atuais representam importantes aspectos a serem considerados pelos diversos atores presentes nas organizações e que almejam o seu sucesso: seus conselhos, de administração e fiscal, seu corpo executivo, clientes, fornecedores, auditores, internos e externos, além, claro, de seu quadro de colaboradores. A integração entre esses atores e a correta compreensão dos papéis a serem desempenhados por cada um é condição para que a empresa galgue novos patamares no que tange aos atuais padrões de concorrência dos mercados, impondo aos seus gestores novos desafios.

Tornar as empresas mais transparentes, responsáveis e capazes de reportar com eficácia aos seus gestores, sejam eles de origem pública ou privada, de empresas ou universidades, é um desafio atual. Significa compreender que elas são regidas por diversas instâncias, cada uma com seus próprios critérios de gestão. Logo, a Governança Corporativa, de acordo com a OECD – *Organisation for Economic Co-operation and Development*, são as relações entre a administração da sociedade, seu conselho, acionistas e outras partes interessadas, proporciona a estrutura que possibilitará o estabelecimento dos objetivos da sociedade, bem como os meios de cumpri-los e supervisionar o desempenho da sociedade.

Muito embora o conceito de Governança Corporativa possa ter nascido com o objetivo de fornecer um maior nível de transparência em relação às empresas de capital aberto, com ações negociadas em bolsas de valores, ele é hoje entendido como de fundamental importância para o sucesso das organizações em geral. De acordo com o Lodi (2000), o conceito de Governança

Corporativa nasceu com a ascensão dos fundos de pensão, dos administradores de ativos e bancos. Sem este nome, há 50 anos ela vem passando por uma evolução, tendo atingido uma maturidade nos anos 90, particularmente nos anos de 1992, 1993 e seguintes, com a demissão de presidentes de grandes empresas.

Com caráter fundamental de oferecer as organizações, a governança corporativa tem informações claras sobre a vida econômica e saber lidar com ela é um diferencial para a excelência da empresa no mercado, objetivando proporcionar uma estrutura que possibilite o estabelecimento e o cumprimento dos objetivos da sociedade fiscalizando o desempenho da sociedade.

2.5.1 Governança com diferencial estratégico

A boa governança corporativa proporciona aos proprietários (acionistas ou cotistas) a gestão estratégica de empresa e a efetiva monitoração da direção executiva. As principais ferramentas que asseguram o controle da propriedade sobre a gestão são o Conselho de Administração, a Auditoria Independente e o Conselho Fiscal. Há quem resuma tudo isso numa frase: criar um ambiente de controle dentro de um modelo balanceado de distribuição de poder. Alguns dos princípios fundamentais da boa governança comuns a diversos autores são: Transparência, Equidade, Prestação de contas, Cumprimento das leis e Ética.

A OECD apresenta os princípios de governança corporativa divididos em direitos dos acionistas, o tratamento equânime dos acionistas, o papel das partes interessadas na governança corporativa, divulgação e transparência e as responsabilidades do conselho. A implantação do sistema de Governança, através dos instrumentos jurídicos e administrativos adequados, traz um equilíbrio de regras entre os sistemas familiar, empresarial e societário.

A governança corporativa pode ser aplicada como forma de gestão, uma forma democrática e eficiente para aqueles que pensam no amanhã de forma evolutiva. A noção de longevidade da empresa e de seus sócios, bem como seu crescimento, são detalhes pouco lembrados por todos, ou melhor, pelo ser humano que pouco aceita o caráter de tempo e existência. Algumas gestões de ontem, amplamente lembradas como competentes e eficazes, sucumbiram e ainda sucumbem ao anacronismo, envelhecendo com a mudança natural da vida e do mundo, e não percebem isso. Empresas familiares que acabam encerrando suas atividades, ou passando para mãos de terceiros

por conta da falta de uma administração atualizada podem ser citadas como exemplo. Essas empresas podem aplicar governança corporativa em sua forma de gestão, sem a necessidade de ter capitais abertos. A governança em seu sentido administrativo é, em primeiro lugar, uma nova condição, “um exercício”, onde em algum momento poderá obter uma real transformação para o capital aberto.

2.5.2 Ética e Governança Corporativa

As boas práticas de Governança Corporativa têm a finalidade de aumentar o valor da sociedade, de contribuir para sua perenidade e de assegurar que os gestores se comportem de acordo com as expectativas dos proprietários (IBGC, 2003). Também, segundo Oliveira, Perez Jr e Silva (2002), os CIs estratégicos, tratados na literatura como controles de gestão, são uma ferramenta gerencial de relevância primordial à governança corporativa e o sucesso de qualquer empreendimento. Para esses autores, o controle deve ser preocupação contínua dos responsáveis pelo destino das organizações empresariais, visto que a gerência sabe que nenhuma forma de planejamento ou coordenação, por melhor que seja, é capaz de assegurar que os objetivos pretendidos sejam atingidos.

A disseminação do conceito de boa Governança Corporativa no Brasil vai além das sociedades por ações. Companhias de capital fechado, em sua maioria familiares, buscam adequar-se aos padrões da boa Governança para assegurar um modelo de gestão competitivo no mundo globalizado e preparar-se para um lançamento de ações no futuro.

Segundo o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa - IBGC, o objetivo central do Código Brasileiro de Melhores Práticas de Governança Corporativa é indicar para todos os tipos de empresas (sociedades anônimas de capital aberto ou fechado, limitadas ou sociedades civis) os caminhos a serem seguidos, de modo a permitir melhorar o seu desempenho empresarial e econômico; e viabilizar a obtenção de novos recursos financeiros na forma de capital próprio (equity), sendo linhas centrais do Código a transparência, a prestação de contas, a equidade e a ética. Quanto à ética, em obediência ao conceito de boas práticas de governança corporativa, além do respeito às leis do País, toda empresa deve ter uma definição clara de seus valores e dos princípios de ética relacionados ao seu tipo de negócio.

2.6 Contribuições esperadas da Ética

A cultura ética de uma empresa se nota por seus valores, pelas virtudes das pessoas que integram a organização e pelos seus bons produtos e serviços que chegam à sociedade. O surgimento de modernas tecnologias de automação e telecomunicação requer níveis mais elevados de conhecimentos e habilidades profissionais para a produção de bens e serviços. A necessidade de mais profissionalização e criatividade corresponde a um aumento de expectativa e capacidade por parte dos empregados, que, com razão, desejam ser tratados como adultos, com critério próprio, capazes de conduta empreendedora, autônoma, flexível e comprometida com valores. Em uma palavra, responsável.

No momento histórico em que se vive existe um problema ético-político grave. O Brasil sempre quis ser visto o país dos justos, da democracia, da ética acima de tudo, porém não é bem essa a realidade vivida por todos. Verifica-se uma realidade conflitante fundamentada em uma crise de sentido e de valores que se apresenta na vida pessoal e nas relações sociais das pessoas. A partir desse contexto percebe-se uma inquietação acerca do sentido da vida e do papel do “ser no mundo”, vindo assim a reaparecer com mais força o interesse pelo tema da ética, enquanto coluna vertebral da reflexão sobre a conduta do ser humano e seus valores. Não é suficiente para o homem comum e contemporâneo superar a crise da ética atual conhecendo o outro e suas necessidades para se chegar a sua convivência harmônica.

2.6.1 Para o Indivíduo

A ética dá ao homem os seus valores morais. Cabendo ao mesmo a responsabilidade pelas suas ações. Quanto às organizações para ser vista eticamente deve responder pelas atitudes sociais, e o desenvolvimento individual de seus colaboradores. É um valor adquirido na sua relação familiar, e cotidiano de sua existência. Segundo Arduini (2007, p.35) O ser humano é chamado a estruturar, desde cedo, o sentido de sua personalidade. A pessoa constrói-se através de fases, desde a fecundação genética até a ida ao túmulo.

Para Durant (1965, p.94), [...] a família é a primeira unidade social em que os indivíduos aprendem a lealdade e a obediência; e o desenvolvimento moral do indivíduo se resume em ir

ampliando a órbita dessa lealdade e dessa obediência ate atingir as fronteiras da pátria. Mas logo que deixa a terra firme do lar a juventude mergulha no maelstrom da concorrência e perde a boa vontade cooperante, adquirida na família. E a idade madura, próspera, porém infeliz, muitas vezes se volta para o velho lar com um suspiro de alivio - encontrando nele uma serena ilhota comunística.

Quando o individuo busca aprendizagem e conhecimentos, procuram ambientes em que todos tenham o mesmo objetivo, como as escolas. Alguns podem encontrar mais dificuldades para alcançar o que almejam. Outros possuem ou encontram mais oportunidades de crescimento.

2.6.2 Para a Organização

As empresas estão implantando códigos de ética com a intenção de alcançar a homogeneidade na forma de encaminhar questões específicas e fornecer critérios ou diretrizes para que as pessoas se sintam seguras ao adotarem formas éticas de se conduzir, aumentando assim a integração entre os funcionários da empresa. Gondim (2005, p.6), define a ética como o estudo geral do que é bom ou mal, para ele um dos objetivos da ética é a busca de justificativa para as regras propostas pela moral, pois é diferente, pois não estabelece regras está reflexão sobre a ação humana diz que a moral estabelece regras que são assumidas pelas pessoas como uma forma de garantir o seu bem-viver a moral depende das fronteiras geográficas e garante uma identidade entre pessoas que se quer se conhece, mas utilizam este mesmo referencial comum.

Com isso as organizações ainda buscam favorecer um ótimo ambiente de trabalho que desencadeia a boa qualidade da produção, alto rendimento e, por via de consequência, ampliação dos negócios e maior lucro, criar nos colaboradores maior sensibilidade que lhes permita procurar o bem-estar dos clientes e fornecedores e, em consequência, sua satisfação, estimular o comprometimento de todos os envolvidos na elaboração do documento, proteger interesses públicos e de profissionais que contribuem para a organização, facilitar o desenvolvimento da competitividade saudável entre concorrentes.

Consolidar a lealdade e a fidelidade do cliente, atrair clientes, fornecedores, colaboradores e parceiros que se conduzem dentro de elevados padrões éticos, agregar valor e fortalecer a imagem da empresa e por fim garantir a sustentabilidade da empresa.

2.6.3 Para Sociedade

Desde tempos remotos, ou pelo menos dos registros socráticos, houve a necessidade da humanidade em conviver em grupos e em sociedade, com isso foram-se criando padrões sociais como a lealdade, a responsabilidade e o respeito mútuo povos, instituições e nações. Arruda (2001) afirma que a ética, como mecanismo de consolidação de convivência social, é a parte da filosofia que estuda a moralidade dos atos humanos, enquanto livres e ordenados a seu fim último.

De modo natural, a inteligência adverte a bondade ou malícia dos atos livres, haja vista o remorso ou satisfação que se experimenta por ações livremente por que tal ação é boa ou má. A resposta a tais questões conduz a um estudo científico dos atos humanos enquanto bons ou maus. Uma considerável parte dos valores da sociedade coincide com os valores de seus habitantes, além dos individuais, os valores em sociedade também se transformaram em valores de negócios e necessidades.

2.7 Conclusão do Capítulo

Uma das principais razões pela qual os seres humanos se envolvem em comportamentos antiéticos é a sua natureza essencialmente competitiva e a busca predominante pela vantagem sobre algo ou alguém.

Nesse estudo buscou-se o entendimento, a análise da ética e o diferencial do profissional administrador para inserção no mercado, com o objetivo de expor historicamente os primórdios da ética até os dias atuais, visto que qualquer sociedade não pode adotar um conjunto de normas e regras que padronize o convívio e induza ao respeito entre seus participantes sem o entendimento do que é moral, enquanto comportamento aceitável e a ética, como princípio temporal e espacial da conjuntura humana.

A existência de regras, de qualquer espécie e independente da natureza da competência de quem tenha a elaborado, não garantem por si só que todos os objetivos sejam alcançados de forma esperada, sendo assim quem desobedecer a estas regras que foram direcionadas a serem seguidas corretamente, passa-se o indivíduo por uma penalidade pelo não cumprimento, então pode-se afirmar que valores éticos são valores morais impostos pela sociedade determinando a certo e o errado no

comportamento do homem perante o seu meio, ajudando-o a formar-se um cidadão com ideias afirmadas na moral, nos bons costumes e na dignidade.

Capítulo III - Procedimentos Metodológicos da Pesquisa

“Para todas as coisas, há uma estação e existe um tempo para cada propósito sob os céus”.
Eclesiastes 3-1

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Nesse Capítulo, serão apresentados os procedimentos metodológicos adotados para investigar o conhecimento dos ‘princípios a éticos’ como diferencial estratégico para inserção/relocação no mercado. A partir da necessidade de execução do Trabalho de Conclusão de Curso, com o objetivo de expor os caminhos a serem percorridos no levantamento dos dados do estudo, bem como das próprias características expostas no trabalho, delineou-se os itens posteriores com o intuito de responder o problema da pesquisa e expor o achado da investigação.

3.1. Quanto aos Meios e Fins

De acordo com Vergara (2000), a pesquisa é descritiva por expor características do universo ou população observados, sem se preocupar com a explicação a respeito do que se escreve, embora sirva para isso e possibilite o estabelecimento de correlações. Sendo assim, esta pesquisa pode ser considerada como descritiva, pois expõe as características da organização na visão dos pesquisadores e das pessoas que a compõem.

Por ser elaborado a partir dos dados de uma única empresa, este trabalho pode ser tratado, também, como um Estudo de Caso da empresa Drogatim Drogarias. A mesma autora afirma que, Estudo de Caso é o circunscrito a uma ou poucas unidades, entendidas essa como uma pessoa, uma família, um produto, uma empresa, um órgão público, uma comunidade ou mesmo um país, tem caráter de profundidade e detalhamento (VERGARA, 2000, p.49).

Corroborando com esse pensamento, Silva e Menezes (2001, p.22), definem a necessidade do Estudo de caso como: "quando envolve o estudo profundo e exaustivo de um ou pouco objetos de maneira que se permita o seu amplo e detalhado conhecimento".

Ainda, quanto aos meios da pesquisa, optou-se pela pesquisa bibliográfica e telematizada, considerando que a pesquisa bibliográfica se baseia em material publicado em livros, revistas

especializadas, e dissertações sobre trabalhos científicos recentes pertinentes ao assunto; e na telematizada as informações são coletadas majoritariamente por meio da internet.

Já quanto aos fins, optou-se pela pesquisa metodológica, explicativa e exploratória, pois a metodológica está associada aos caminhos, formas, maneiras e procedimentos utilizados para atingir determinado fim. Já a pesquisa explicativa tem como principal objetivo tornar as ações estudadas em dados de fácil compreensão, justificando e explicando os seus principais motivos e o "porquê" das coisas. Já de acordo com Oliveira (2003), os estudos exploratórios têm como objetivo a formulação de um problema para efeito de uma pesquisa mais precisa ou, ainda, para elaboração de hipóteses.

3.2 Variáveis de investigação

De acordo com Marconi (1996), o termo variável pode ser considerado como “uma classificação ou medida, uma quantidade que varia”. Assim, para o objeto do estudo proposto, a presente pesquisa assumiu como variáveis de investigação:

- Ética profissional;
- Governança corporativa;
- O profissional administrador, e
- Contribuições esperadas pela ética.

3.3 Estratégias e Instrumentos de Coleta de Dados

A coleta dos dados se deu por meio de um questionário semi-estruturado. Foi realizada com a presença do pesquisador junto com alguns entrevistados, sendo eles gerentes de diversas filiais. Nesse questionário combinaram-se perguntas abertas e fechadas, visto que o informante teve a possibilidade de discorrer sobre o tema proposto. O pesquisador seguiu com um conjunto de questões previamente definidas, tipo de questionamento muito utilizado quando se deseja delimitar o volume das informações, obtendo assim um direcionamento maior para o tema, intervindo a fim de que os objetivos sejam alcançados. A pesquisa bibliográfica foi elaborada com materiais das Bibliotecas Central e Setorial da UFPB, e também retiradas da internet.

3.4 Tratamento dos Dados

De acordo, ainda, com Vergara (2006), os dados podem ser tratados através da abordagem quantitativa e qualitativa. No tratamento quantitativo, utilizam-se procedimentos estatísticos e o qualitativo está mais relacionado no levantamento de dados sobre as motivações de um grupo, em compreender e interpretar determinados comportamentos, a opinião e as expectativas dos indivíduos de uma população.

Nessa pesquisa, foi aplicada a abordagem qualitativa por possuir facilidade de descrição quanto à complexidade do problema, analisando a interação das variáveis, para poder compreender e classificar os processos, apresentando contribuições no processo de mudança, criação e/ou formação de opiniões dos entrevistados e permitindo, em maior grau de profundidade, a interpretação das particularidades dos comportamentos ou atitudes dos participantes da pesquisa.

A abordagem qualitativa caracteriza-se, também, através de enfoque interpretativo, para Minayo (2001), a pesquisa qualitativa trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis.

3.5 Conclusão do Capítulo

Para alcançar os objetivos do trabalho, foram organizadas seleções bibliográficas das obras coletadas servindo como base para a leitura, realizada de forma qualitativa, onde comparou-se os conceitos teóricos com a prática exercida na organização, sendo assim essa pesquisa possibilitou gerar dados aproximando-se da perspectiva que os participantes têm dos fatos, mesmo que não possam articulá-los. Ao decorrer do capítulo é possível adquirir informações sobre a questão da pesquisa, logo em seguida os dados coletados foram analisados e associados com a teoria dos autores citados sendo assim, todo o processo considerado interpretativo, com o objetivo de alcançar um ótimo resultado, conseguindo ao final da pesquisa, relacionar a ética como diferencial para inserção no mercado de trabalho.

Capítulo IV - Resultados da Investigação

“As únicas coisas que evoluem por vontade própria em uma organização são a desordem, o atrito e o mau desempenho”.
Peter Drucker

4 APRESENTAÇÃO DOS DADOS E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Nesse Capítulo foi apresentada uma breve descrição do ambiente da pesquisa e foram exibidos, também, os dados obtidos em conformidade com a pesquisa proposta e discutidos os resultados, considerando os objetivos propostos.

4.1 Caracterização do ambiente da pesquisa

Para aplicação do questionário, escolheu-se uma Drogaria da região que atua há 25 anos no mercado, e hoje encontra-se com aproximadamente 322 funcionários na Cidade de João Pessoa/PB, distribuídos em 13 filiais, e estes ocupam os cargos de operador de caixa, assistente de balcão, serviços gerais, auxiliar de escritório, farmacêutico, subgerente, gerente e supervisor.

4.2 Apresentação dos dados e dos resultados

Nesse Capítulo, descreve-se os resultados obtidos a partir da aplicação do questionário na empresa citada anteriormente. O instrumento de coleta de dados foi destinado apenas aos gerentes, considerando que nesta organização todos eles, sem exceção, devem passar por todos os cargos da loja para poder alcançar a promoção, com o objetivo de conhecer o comportamento da organização diante do tema principal.

Assim, a partir deles, foi investigada a “ação ética” ou a “utilização da ética” como diferencial para inserção no mercado de trabalho, e como isso contribuir para o crescimento da organização. Foram selecionados 10 gerentes com o objetivo de conhecer suas posturas e colaboração sobre o tema abordado. Foi apresentado um breve resumo sobre o que os autores citados no Capítulo II

falam sobre a ética na teoria, e em seguida, de forma aleatória e separadamente, foram aplicados os questionários com uma breve explicação sobre o objetivo da pesquisa e a garantia da discrição dos resultados obtidos individualmente.

A seguir, são apresentados os resultados do questionário, aplicando a teoria abordada anteriormente, para comparar os dados coletados ao conceito dos autores sobre a ética como diferencial estratégico para inserção no mercado de trabalho.

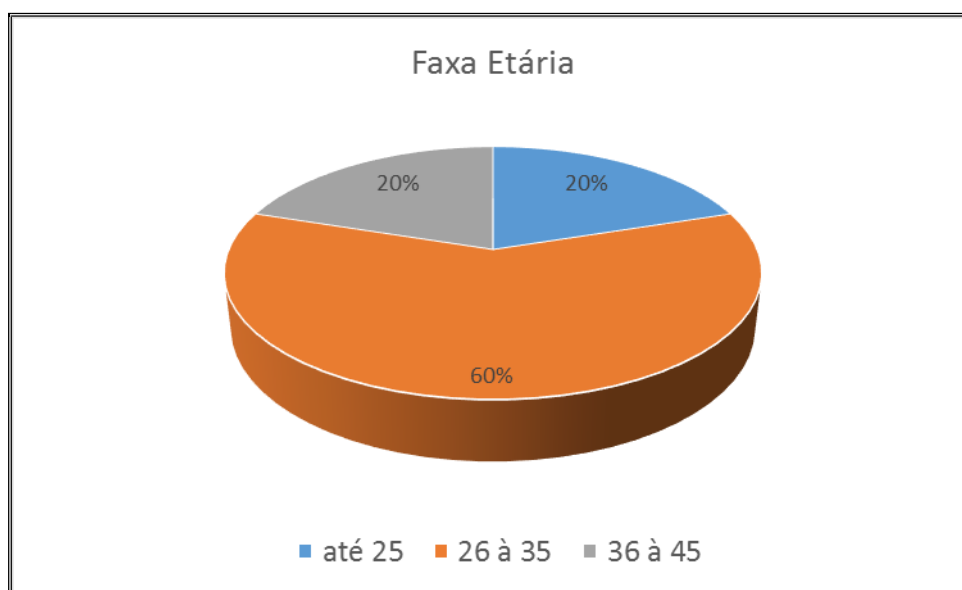


GRÁFICO 1: Faixa etária
Fonte: Pesquisa Direta (2016).

A partir dos dados do Gráfico 1, pode-se visualizar que os gerentes possuem entre 26 e 35 anos, representando 60%. Como citado anteriormente, estes tiveram que passar por todos os cargos existentes nas filiais, que desempenharam as seguintes atividades: operador de caixa, assistente de balcão, subgerente, até alcançar a gerência, trazendo mais veracidade os dados coletados posteriormente. Geralmente, jovens são levados a reconhecer a autoridade e seguir, pois segundo Arduini (2007, p.35), o ser humano é chamado a estruturar, desde cedo, o sentido de sua personalidade. A pessoa constrói-se através de fases, desde a fecundação genética até a ida ao túmulo. Com isso, considera-se que, como a maioria dos gerentes são jovens, entre a mesma faixa etária, já construiu-se uma cultura alinhada à ética padronizada na organização, já que essa não possui oficialmente um Código de Ética interno.

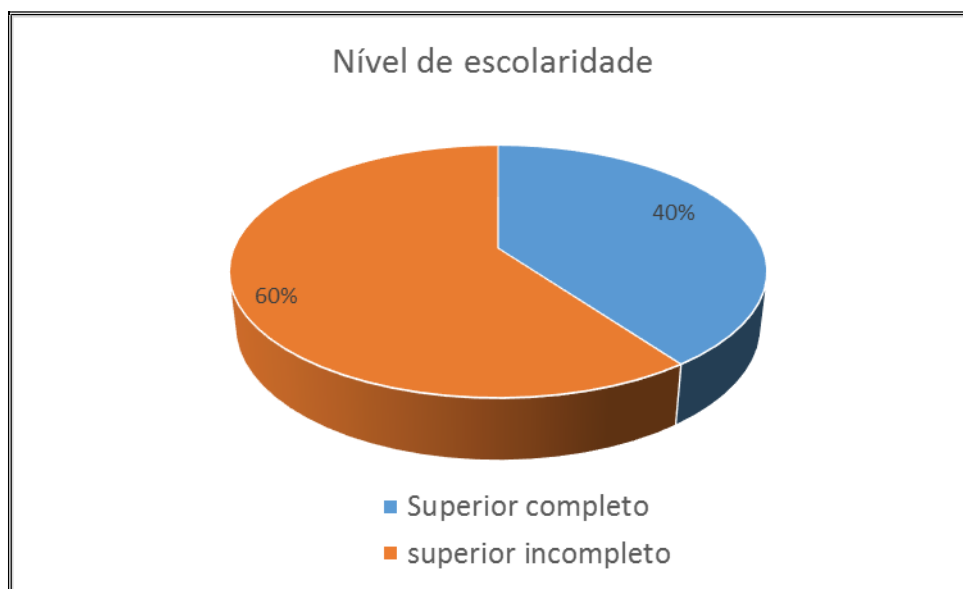


GRÁFICO 2: Nível de escolaridade
Fonte: Pesquisa Direta (2016).

Já os dados Gráfico 2, apresenta o nível de escolaridade dos gerentes da Drogatim Drogarias, corresponde a 60% com Superior incompleto e 40% já possui o nível Superior. Ou seja, todos em um futuro breve terão Curso superior completo, compreendendo, assim, teoricamente, as exigências legais e morais da empresa. De acordo com Santos, Guevara e Amorim (2010, p. 1), os resultados a partir um bom nível de cultura interna e adquirida em Centros Universitários, indicam que a variável instrução, em geral, parece ter maior influência nos indicadores de percepção moral, o que significa dizer que quanto menor o grau de instrução do indivíduo menos estruturada está sua percepção moral. Sendo assim, pode-se afirmar que o nível de escolaridade, a boa formação educacional e a faixa etária apresentada no Gráfico 1 influenciam na postura dos gerentes, tornando o Administrador mais apto ao mercado melhorando sua performance dentro da organização.

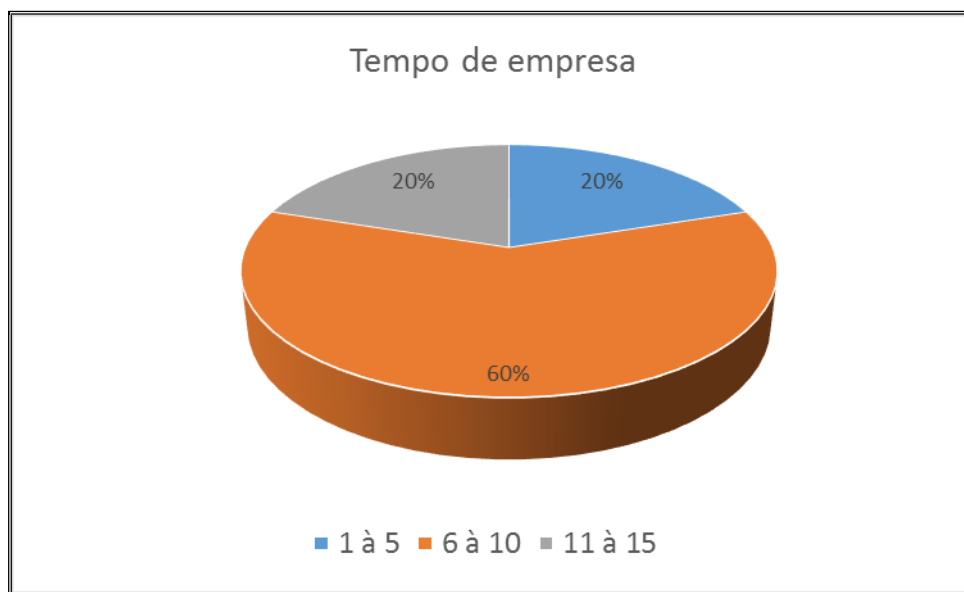


GRÁFICO 3: Tempo de Empresa
Fonte: Pesquisa Direta (2016).

A partir da análise qualitativa no decorrer da pesquisa, e, sobretudo, com dados apresentados no Gráfico 3, tornou-se possível observar que, 60% dos gerentes possuem entre 6 e 10 anos de empresa. A liderança é entendida como o poder que a pessoa possui, com suas qualidades e atributos e de sua capacidade de convencer seguidores (ALONSO, LÓPEZ; CASTRUCCI, 2008).

Ainda, segundo Marques (2002, p.1), “É fundamental que os administradores conheçam a organização por inteira para compreenderem o impacto que suas decisões e ações podem provocar”. Ou seja, o tempo de atuação na empresa é um diferencial para que estes sejam capazes de transmitir segurança e veracidade as opiniões e atitudes tomadas, de maneira que isso possa garantir que todos conheçam a organização como um todo, e consigam gerar um diferencial competitivo. Desta forma, ainda, pode-se apontar que o tempo na organização traz ao profissional o conhecimento aprofundado da ética praticada no ambiente de trabalho, destacando o profissional para uma recolocação sem incertezas, para o mercado de trabalho.

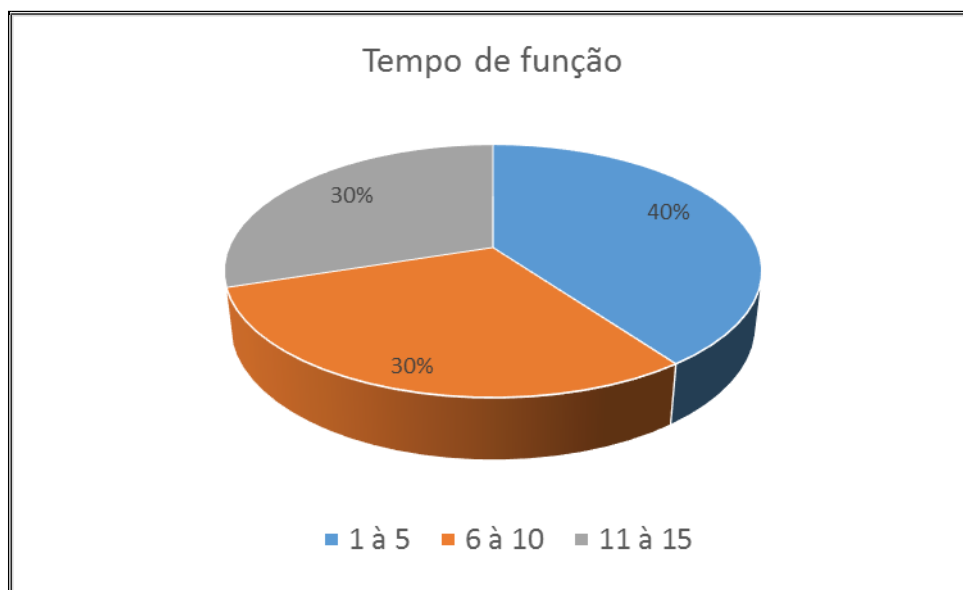


GRÁFICO 4: Tempo de função na empresa
Fonte: Pesquisa Direta (2016).

Os dados do Gráfico 4 expõem que dos entrevistados, 40% exercem a mesma função de 1 e 5 anos; enquanto que 30% entre 6 e 10 anos. E 30% entre 11 e 15 anos. Ou seja, 60% tem mais de 6 anos de função. Por se tratar de uma organização onde os gerentes tem que obrigatoriamente passar por todas as funções, isso garante que eles se destacaram, inclusive eticamente, em seu campo profissional, como visto anteriormente e de acordo com a literatura, mas precisamente com o pensamento de Chiavenato (2003) “cabe ao administrador estabelecer metas cruciais ao sucesso do negócio”. No desempenho das suas atividades, o administrador define estratégias, efetua diagnósticos de situações, dimensiona recursos, planeja sua aplicação, resolve problemas, gera inovação e competitividade.

Sendo assim, o tempo de função traz para o profissional o destaque para garantia do seu comportamento ético considerando a evolução do mesmo na organização, pois “[...] as doutrinas éticas fundamentais nascem e se desenvolvem em diferentes épocas e sociedades como respostas aos problemas básicos apresentados pelas relações entre os homens, e, em particular pelo seu comportamento moral efetivo” (VÁZQUEZ, 2008, p.267).

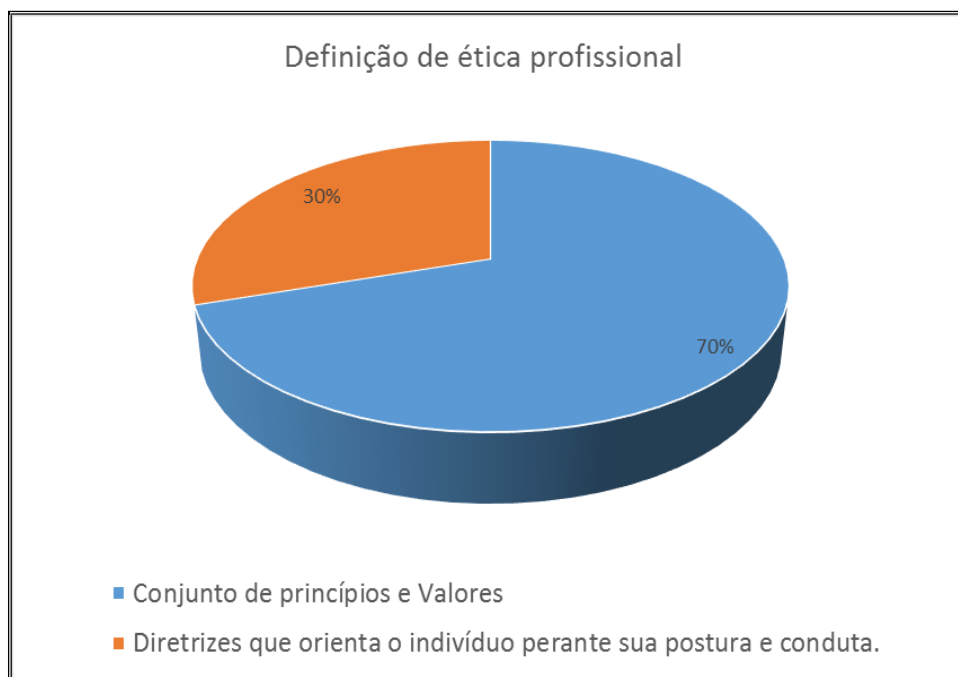


GRÁFICO 5: Definição de ética profissional
Fonte: Pesquisa Direta (2016).

Baseando-se na teoria demonstrada antes da aplicação do questionário, pode aferir que os gerentes entrevistados, em sua maioria, 70% conforme Gráfico 5, definiram a ética profissional como o conjunto de princípios e valores; e outros 30% como diretrizes que orienta o indivíduo perante sua conduta.

Os gestores demonstram a possibilidade de estarem sempre preparados para serem analisados, pois estende além da imagem profissional, a representatividade da organização para qual trabalham, afirmando assim, sua obrigação moral e profissional em garantir uma boa relação, também, com todos os que colaboram no crescimento da organização, servindo assim, como modelo para todos que compõem a organização.

Devido as exigências feitas pela sociedade, os gestores estão tentando praticar políticas com enfoque em uma gestão mais rígida e transparente, onde se primem pelos princípios éticos e morais, como já observado, o IBCG (2003) afirma que: “as boas práticas de Governança Corporativa têm a finalidade de aumentar o valor da sociedade, de contribuir para sua perenidade e de assegurar que os gestores se comportem de acordo com as expectativas dos proprietários.



GRÁFICO 6: Valores Éticos
Fonte: Pesquisa Direta (2016).

No Gráfico 6, os dados mostram que a maioria absoluta dos gerentes, 90% em sua totalidade, afirmam agir eticamente por seus princípios morais; e apenas 10% apontaram outros destacando a família como principal motivo para se agir eticamente, não só no ambiente profissional como na vida. Durkheim (2006) explica o sentido da Moral como a “ciência dos costumes”, sendo algo anterior a própria sociedade, a Moral tem caráter obrigatório.

Sabendo da dificuldade que existe em agir sempre eticamente, os gerentes afirmaram que para se atingir um cargo de chefia na organização é necessário agir com honestidade, respeito e responsabilidade, considerando que são observados a todo momento por seus subordinados, criando desta forma uma “obrigação” de demonstrar sua postura diante os outros colaboradores, como observado na teoria. Trazer um bom comportamento consagra valor à imagem da empresa. O exemplo deve ser dado pelo líder, assim seus liderados seguirão seu modelo. A atuação baseada em princípios éticos é uma manifestação da responsabilidade social da empresa.

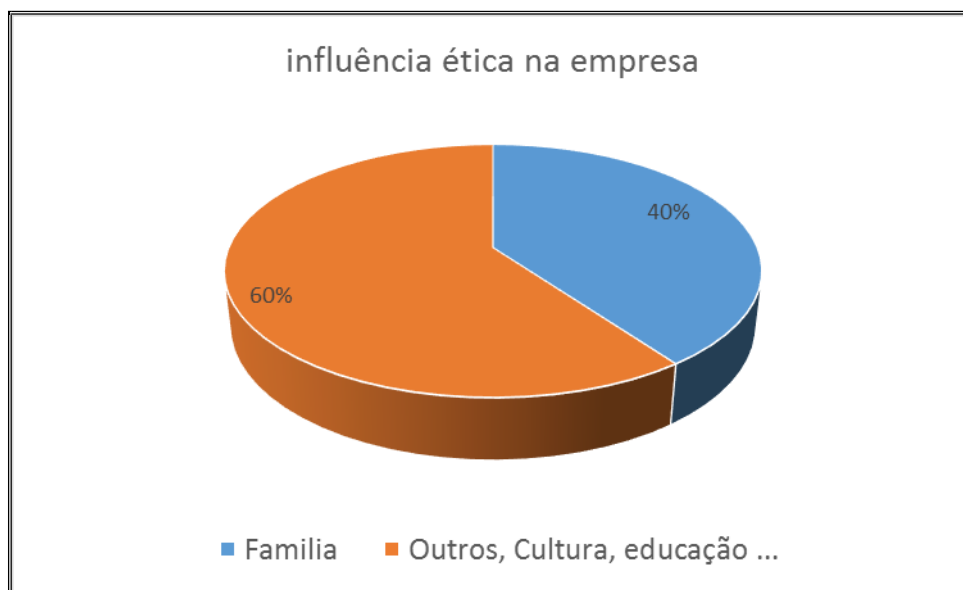


GRÁFICO 7: Influência ética na empresa
Fonte: Pesquisa Direta (2016).

Para 40% dos gerentes da Drogatim Drogarias, a família influencia diretamente nas atitudes éticas tomadas na empresa; e 60% obtém outras influências, como cultura e educação que de certa forma estão ligados a família, conforme pode ser visualizado nos dados do Gráfico 7. Para Durant (1965, p.94), [...] a família é a primeira unidade social em que os indivíduos aprendem a lealdade e a obediência; e o desenvolvimento moral do indivíduo se resume em ir ampliando a órbita dessa lealdade e dessa obediência até atingir as fronteiras da pátria. Como foi dito anteriormente, o indivíduo passa constantemente por transformações e com o tempo adquirir sua própria índole, podemos afirmar então que, aquele que já possui uma formação ética mostrará transparência em suas atitudes, além do respeito, exercendo em obediência ao conceito de boas práticas de governança corporativa.



GRÁFICO 8: Presença de práticas antiéticas
Fonte: Pesquisa Direta (2016).

Pode-se perceber com os dados que construiu o Gráfico 8 que 90% dos gerentes da presenciaram algum tipo de atitude antiética na organização. Nessa questão, os gerentes tiveram a oportunidade de descrever essas atitudes e como lhe agir com elas, e sobre elas. Por se tratar de uma organização que dá preferência a jovens que não possuem experiência profissional, quando da seleção de admissão, os gerentes consideram uma atitude muito arriscada, pois além de tratarem diretamente com o dinheiro, a empresa possui diversos produtos de tamanho pequeno, fáceis de serem furtados. Tal preocupação repousa, invariavelmente, na percepção de Nash (1990, p.3) que afirma que “a atividade de ganhar dinheiro sempre teve uma aliança meio desconfortável com o senso particular de moralidade das pessoas”.

Ainda, os gerentes afirmaram já ter presenciado pequenos furtos de colaboradores recém-contratados e alguns também informaram que já presenciaram assédio moral, sendo algumas atitudes denunciadas como mostra no gráfico a seguir. Assim, fica claro que o conhecimento do papel moral do indivíduo no ambiente de trabalho; ou seja, o conhecimento teórico dos princípios éticos, geradores da ação moral, como modelo de direcionamento de ações humana, mostra uma credibilidade e confiança em seus diversos seguimentos de mercado fazendo com que o colaborador adquira um diferencial perante os outros.

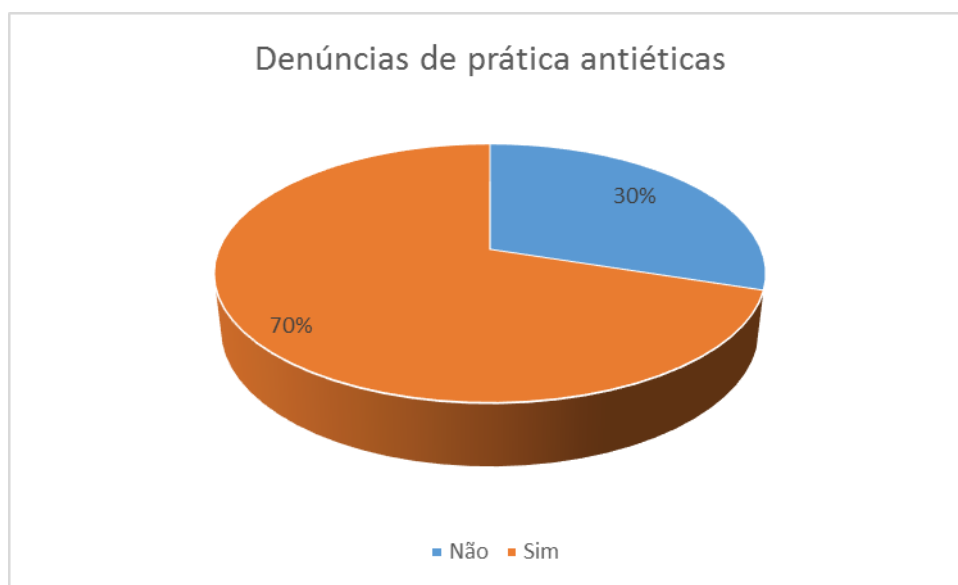


GRÁFICO 9: Denúncias de prática antiéticas
Fonte: Pesquisa Direta (2016).

O Gráfico 9, evidentemente, a partir dos dados apurados, mostra que para 70% dos gerentes é possível denunciar atitudes antiéticas, enquanto isso, 30% afirmaram que não há essa possibilidade. Todos os furtos denunciados a direção, são comprovados por filmagens, garantido o desligamento imediato do colaborador, sem direito algum que esse poderia ter pelo tempo de serviço, aos que informaram que já presenciaram assédio moral, este é um pouco mais difícil de ser tratado pois precisa-se de testemunhas, mais se comprovado o colaborador, independentemente da função, é da mesma maneira desligado.

As denúncias fazem com que outros colaboradores não venham a cometer o mesmo erro, trazendo mais segurança para o ambiente de trabalho, tanto dos chefes para os subordinados quanto entre eles mesmos. Segundo Moreira (2002, p.31), “Os procedimentos éticos facilitam e solidificam os laços de parceria empresarial, quer com clientes, quer com fornecedores, quer, ainda, com sócios efetivos ou potenciais”.

Assim, os gerentes que afirmaram a impossibilidade de denunciar essas práticas, alegaram não ter a garantia da resolução do problema partindo da direção, tomando eles mesmos suas decisões e infelizmente, desligando o colaborador com todos os direitos garantidos pela CLT.

Logo, percebe-se a necessidade de práticas éticas, pois todos os gerentes afirmaram que é importante, pois além de tornar um ambiente mais agradável e saudável, transforma a organização

em um local transparente com colaboradores de um caráter incontestável, destacando os colaboradores entre si. Segundo Moreira (2002, p.31), o comportamento ético é “a única forma de obtenção de lucro com respaldo da moral”. Mediante a isso, o agir com ética dentro das organizações, nada mais é do que buscar manter a reputação de integridade, honestidade e lealdade em suas atividades desenvolvidas, seja com seus funcionários, clientes, fornecedores e/ou concorrentes.

Dessa forma, a necessidade do Código de Ética, com padrões e normas a serem seguidas, tem, cada vez mais, se tornado essencial para uma organização, que busca agir de maneira virtuosa e comprometida com o apelo moral que a sociedade requer. Segundo Moreira (2002, p.33), “O Código de Ética, quando adotado, implantado de forma correta e regularmente obedecido, pode constituir uma prova legal da determinação da administração da empresa, de seguir os preceitos nele refletidos”.

Sendo assim, ratifica-se mais uma vez, que a ética como ciência do estudo da moral busca orientar o profissional como um ser integrante do ambiente. Como a essência da ação/ato está na moral, que é individual, fruto do padrão cultural vigente e aceitos, incorpora-se as regras determinadas como necessárias ao convívio entre os membros dessa sociedade. Logo, o profissional ético através desses princípios assume a responsabilidade da própria existência e assim, com uma conduta ética, estará no caminho certo para o alcance da inserção no mercado de trabalho.

Indiscutivelmente, até pela conjuntura macroeconômica e política, o mercado de trabalho vem se tornando cada vez mais competitivo, desta forma faz-se necessário a busca por meios de diferenciação para assegurar vantagens que destaquem-se perante os concorrentes, construindo uma imagem comprometida com as questões éticas.

Com isso, segundo Amorim e Pedro (2007, p.7) “hoje, mais do que nunca, a atitude dos profissionais em relação as questões éticas pode ser o seu diferencial no mercado”. Logo, o conhecimento ético vai afetando significativamente em atitudes profissionais destacando a postura ética como diferencial para a longevidade e para a ascensão da carreira de um profissional (Souza, 2007), garantindo o destaque entre concorrentes através do conhecimento da ética para inserção do profissional no mercado de trabalho.

Capítulo V - Conclusões da Pesquisa e recomendações para trabalho futuros

“O problema de hoje vem das ‘soluções’ de ontem”.
Peter Senge

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse Capítulo teve como objetivo apresentar as considerações conclusivas pertinentes ao conteúdo investigado. Assim sendo, apresentar-se-á apenas um resumo destas principais considerações, apontando igualmente as recomendações finais decorrentes da execução deste estudo.

5.1 Conclusões

Após análise e interpretação dos resultados é possível afirmar que os gerentes procuram inserir um clima cordial e humanizado, agindo eticamente como forma de repensar e refletir continuamente sobre a própria conduta. Transformar a organização em um ambiente totalmente ético é muito complicado, considerando que cada pessoa, ao ser contratada, traz consigo uma individualidade, valores humanos adquiridos desde a infância. Apesar de afirmarem o quanto é importante ser ético no trabalho, ainda presenciam situações antiéticas dentro da empresa.

Foi possível demonstrar que a experiência na função e o tempo de empresa faz com que os gerentes, ao conhecerem melhor a organização, identifiquem e tratem com mais agilidade as práticas antiéticas ocorridas no ambiente profissional.

A pesquisa demonstrou, ainda, considerações importantes sobre a ética na organização, destacando atitudes que envolvem a ética e a moral como um diferencial para inserção e recolocação no mercado de trabalho. Adotar padrões éticos de comportamento, transformou-se em um instrumento estratégico fundamental para as pessoas que querem entrar ou retornar ao mercado de trabalho, uma vez que a sociedade exige cada vez mais transparência nas atitudes empresariais.

5.2 Sugestões e recomendações

O conhecimento ético oferece um quadro de referência para as decisões corporativas, na medida em que exige uma análise de conjunto, induz a mapear os diferentes interesses dos agentes envolvidos com as empresas (*stakeholders*) e faz com que sejam levados em consideração (SROUR, 2000 p. 17)

Assim, de acordo com os dados coletados e os resultados obtidos, recomenda-se que os administradores que estão retornando ou iniciando a carreira profissional, demonstrem de forma transparente seus princípios e valores éticos, pois confiança e credibilidade são os diferenciais nas relações de negócios nos dias atuais. Suas conquistas dependerão das exigências organizacionais e da sociedade.

Sendo assim, como recomendação finda, a ética deve ser vista pelos Profissionais Administradores como conduta que o mercado exige, e essa conduta será o diferencial estratégico para os administradores que querem se manter no mercado de trabalho, adquirindo como consequência uma grande busca pelo conhecimento, haja vista muitos profissionais deixam sua vida pessoal para se dedicar mais e mais ao seu trabalho, e assim servir de referência para outras pessoas, pois o indivíduo associa a técnica com a sua ética e moral e destaca-se dessa forma dos demais concorrentes enfrentados no mercado de trabalho.

REFERÊNCIAS

- AGUILAR, F. A ética nas empresas. Rio de Janeiro: Zahar, 1996.
- ALONSO, Félix Ruiz; LÓPEZ, Francisco Granizo; CASTRUCCI, Plínio de Lauro. Curso de ética em administração. São Paulo: Atlas, 2008.
- ANDRADE, A.; ROSSETTI, J. P. Governança Corporativa. São Paulo: Atlas, 2004.
- ARDUINI, Juvenal. Ética responsável e criativa. São Paulo: Paulus, 2007. 132p.
- ARRUDA, Maria Cecília Coutinho de, WHITAKER, Maria do Carmo; RAMOS, José Maria Rodriguez. Fundamento de ética empresarial e econômica. 2ed. São Paulo : Atlas, 2001.
- BRADA, Consuelo. Como ser um profissional ético. Revista foco, nº190. Julho/2011.p.147
- CHIAVENATO, I. Recursos Humanos. 9.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009
- CHIAVENATO, Idalberto. Introdução à teoria geral da administração. 7. ed. Ver. E atual - Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- DURANT, Will. Filosofia da Vida. Tradução Monteiro Lobato. 13ª edição, 1 volume – São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1965. 268p.
- DURKHEIM, Émile. As Regras do Método Sociológico. Coleção A Obra-Prima de Cada Autor, 63. (Texto integral). Editora Martin Claret, 2006, 160 páginas.
- GONDIM, S. Conversando com meus interlocutores de “A face oculta do parecerista: discussões éticas sobre o processo de avaliação de mérito de trabalhos científicos”. Revista Organização e Sociedade - O&S, v. 12, n.33, pp. 173-178. Salvador: UFBA, 2005.
- http://administradores10.blogspot.com.br/2013_11_01_archive.html > (Acesso em 18 novembro 2016)
- <http://www.portalconscienciapolitica.com.br/products/filosofia-etica-e-sociedade/> (Acesso em 19 novembro 2016)
- JACOMINO, D. Você é um profissional ético?. VOCÊ S/A. São Paulo, n. 25, pg.28-37, jul. 2000.
- JAPIASSU, H; MARCONDES, D. Dicionário básico de filosofia. 3ª. Ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1996.

LISBOA, Lázaro Plácido – Ética Geral e Profissional em Contabilidade – São Paulo - Editora Atlas S.A – 2009;

LODI, J. B. Governança Corporativa: O governo da empresa e o conselho. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. Fundamentos de Metodologia Científica. 6. Ed. São Paulo: Atlas 2009.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Teoria Geral da Administração. São Paulo: Atlas, 2004, p. 371.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. Teoria Geral da Administração. São Paulo: Atlas, 1974, p. 371.

Minayo, M. C. S. (Org.). (2001). Pesquisa social: teoria, método e criatividade. Rio de Janeiro: Vozes.

MOREIRA, Joaquim Manhães – A ética empresarial no Brasil – São Paulo - Editora Pioneira Thomson Leatning, 2002;

MOTTA, Nair de Souza. Ética e vida profissional. Rio de Janeiro: Âmbito Cultural, 1984.

NALINI, José R. Ética geral e profissional. 6ª ed. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2008

NASH, Laura L. Ética nas empresas. Trad. Kátia Aparecida Roque. São Paulo: Makron Books, 1990

OLIVEIRA. Antônio Almeida de Oliveira. O ensino público. Brasília: Senado Federal, Conselho editorial, 2003.

RAMOS, F. P. Evolução Conceitual da Ética. *Para entender a história...* ISSN 2179-4111. Ano 3, Vol. mar., Série 10/03, 2012, p.01-12.

SILVA, E. L. da; MENEZES, E. M. Metodologia de pesquisa e elaboração de dissertação. Florianópolis: Laboratório de Ensino à Distância da UFSC, 2001.

SOUZA, M. A. Educação de jovens e adultos. Curitiba: IBPEX, 2007.

http://www.pucpr.br/eventos/educere/educere2008/anais/pdf/545_207.pdf (Acesso em 18 novembro 2016)

SROUR, Robert Henry. Poder, cultura e ética nas organizações. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

Sua empresa é ÉTICA?. EXAME. São Paulo, n.12, pg.20, 11 jun. 2003. Disponível em

VÁZQUEZ, Adolfo Sanchez – Ética – Rio de Janeiro - Editora Civilização Brasileira – 2008;

VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2000

VERGARA, Sylvia Constant. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

APÊNDICE A – Questionário de Pesquisa



Universidade Federal da Paraíba
Centro de Ciências Sociais Aplicadas
Departamento de Administração
Curso de Administração



PESQUISA DE CAMPO

Este “questionário de pesquisa” faz parte do processo de elaboração do Trabalho Monográfico exigido pelo Curso de Bacharelado em Administração, para obtenção do título de Bacharel em Administração. Assim sendo, gostaríamos de solicitar aos Senhores(as) Pesquisados(as) o comprometimento e a fidedignidade nas respostas, haja vista que, o trabalho final sobre a **ÉTICA: diferencial estratégico para inserção do Profissional Administrador no mercado de Trabalho**, culminará com a veracidade transmitida por Vossa Senhoria.

A pesquisadora, em nome do DA/CCSA/UFPB, agradece.

Jordânia Tatiane

E-mail: jordaniatatiane@outlook.com / fone: (83) 98752-6232

1 – Marque a alternativa que corresponde a sua faixa etária.

☐ Até 25 ☐ 26 à 35 ☐ 36 à 45 ☐ acima de 45.

2 – Qual o seu nível de escolaridade.

☐ 2º grau completo ☐ Superior incompleto ☐ Superior Completo

3 – Tempo de empresa?

☐ 1 à 5 ☐ 6 à 10 ☐ 11 à 15 ☐ 16 à 20 ☐ mais de 20

4– Tempo de função na organização.

☐ 1 à 5 ☐ 6 à 10 ☐ 11 à 15 ☐ 16 à 20 ☐ mais de 20

5 – O comportamento ético no trabalho tornou-se indispensável à prática organizacional para um ambiente saudável, interno e negocialmente. Mesmo não impondo um Código de Ética formalmente definido para a sua empresa ou profissão, em geral existem vários aspectos que são considerados "bom senso" em uma tentativa de delimitar o que é o "moralmente correto". Sendo assim, assinale a alternativa que define a ética profissional para o Senhor(a):

- ☐ Conjunto de Princípios e Valores
- ☐ Diretrizes que orienta o indivíduo perante sua postura e conduta
- ☐ O que é legal
- ☐ Base da construção pessoal

6– Que fatores levam o Senhor(a) agir eticamente no seu ambiente de trabalho?

- ☐ Possíveis sanções
- ☐ Princípios morais
- ☐ Religião
- ☐ Convenções sociais
- ☐ Outros -----

7 – Para o Senhor(a), o que influencia diretamente em atitudes éticas na sua empresa?

- ☐ Família
- ☐ Chefia
- ☐ Religião
- ☐ Outros-----

8 – O Senhor(a) já presenciou atitudes antiéticas?

- ☐ Sim
- ☐ Não

9 – É possível denunciar práticas antiéticas?

- ☐ Sim
- ☐ Não

10 – Para o Senhor(a), qual a importância de um profissional ético em sua organização e como isso o diferencia entre os colaboradores?
